

Nas jezik

SLJK

ISSN 0027-8084
UDK 808.61/.62

ИНСТИТУТ ЗА СРПСКИ ЈЕЗИК САНУ

НАШ ЈЕЗИК

XXXV/1—4

**БЕОГРАД
2004**

НАШ ЈЕЗИК

Књига XXXV

Св. 1–4 (2004)

САДРЖАЈ

Ч л а н ц и

Књижевни језик

Појам <i>VERUM FOCUS</i> и његово сигнализовање у савременом стандардном српском (МИЛКА ИВИЋ)	1
Морфоолошке алтернације и морфолошка анализа (на примерима из српског књижевног језика) (МИРОСЛАВ НИКОЛИЋ)	6
Статистички и кориснички оријентисана граматика: пример именица мушког рода (ДАНКО ШИПКА)	13
Анализа приступа придевима у сербокroatистичким граматикама (ВЕСНА ЛОМПАР)	23
Придеви с наставком <i>-ић</i> (МИЛАН ШИПКА)	30
Придеви и прилози с префиксом <i>без-</i> (ЂОРЂЕ ОТАШЕВИЋ)	46
Називи за животиње у српском језику с обзиром на њихов род (САЊА ЂУРОВИЋ)	54

Историја књижевног језика

Реконструкција самогласника у критичком издању Горског вијенца (РАДМИЛО МАРОЈЕВИЋ)	67
--	----

Стилистика

Паремииолошки стил(ови) (ЈЕЛЕНА ЈОВАНОВИЋ)	117
--	-----

П р и л о з и

Перципирање финалних вокала у деκлинацији страних мушких имена и презимена на вокал (МАРИНА СПАСОЈЕВИЋ)	137
---	-----

П р и к а з и

Српски језички приручник (РАДА СТИЈОВИЋ)	155
Стана Ристић, Експресивна лексика у српском језику (БОЈАНА МИЛОСАВЉЕВИЋ)	159
Нови језички савјетник (СРЕТО ТАНАСИЋ)	163
Маја Ђукановић — Жељко Марковић, Основи граматике словеначког језика (ТАЊА САМАРЦИЋ)	167
Семантичко-деривациони речник, Свеска 1: Човек — делови тела, (МИЛИЦА РАДОВИЋ-ТЕШИЋ)	169

Д о д а т а к

Сугестије за израду WEB сајта Института за српски језик САНУ (СОФИЈА МИЛОРАДОВИЋ — НЕНАД МИЛОРАДОВИЋ)	175
---	-----

НЕНАД МИЛОРАДОВИЋ*
СОФИЈА МИЛОРАДОВИЋ
(Београд)

СУГЕСТИЈЕ ЗА ИЗРАДУ WEB САЈТА ИНСТИТУТА ЗА СРПСКИ ЈЕЗИК САНУ

Институт за српски језик основан је 1947. године као један од најстаријих института у саставу Српске академије наука и уметности. Основна делатност Института је рад на науци о српском језику и општој лингвистици, те на унапређивању језичке културе. У оквиру Института одвија се рад на четири дугорочна фундаментална пројекта из области српске лексикографије и лингвостеографије.

Издавачка делатност Института обухвата Речник српскохрватског књижевног и народног језика САНУ, Етимолошки речник српског језика, Јеванђељски речник српске редакције, Српски дијалекатски атлас, као и издавање часописа и публикација: Јужнословенски филолог, Библиотека Јужнословенског филолога, Српски дијалектолошки зборник, Наш језик, те новопокренута едиција Монографије, у којој се објављују резултати истраживања која се спроводе у склопу научних пројеката чији је носилац Институт. Увођењем Интернета као средства комуникације одиједавно излази и електронска верзија часописа Лингвистичке актуелности.

СВРХА WEB ПРЕЗЕНТАЦИЈЕ ИНСТИТУТА ЗА СРПСКИ ЈЕЗИК САНУ

Постоји више разлога за Web презентацију Института за српски језик САНУ. Пре свега, постоји *потребна за бољом комуникацијом са колегама из сродних институција, са корисницима институцијских издања, са домаћом и светском јавношћу, те са ресорним министарством и потенцијалним финансијерима*. Интернет омогућава брзу комуникацију и информисање „из прве руке“.

Постављање Web сајта уклапа се у светски и домаћи тренд изласка на Интернет. Појава на највећој светској рачунарској мрежи доприноси *већем угледу и бољем имиџу Института*. Информације могу постати доступне заинтересованим корисницима и у земљи и у ино-

* E-mail аутора: nesoni@yubc.net

странству, пре свега онима који до сада нису били подробније упућени у делатност Института.

Web сајт Института омогућио би *правовремено обавештавање јавности у изузетним ситуацијама* и представљао основно средство у вођењу језичке политике. Сви смо сведоци растакања српског језичког простора услед политичких догађања током протеклих година.

Web сајт мора испуњавати улогу *образовања шире јавности*. Језик којим се служе средства масовног информисања прилично је искварен. Међутим, могуће је исправити грешке које су честе у свакодневном говору. Млади, којима је Интернет близак као средство комуникације, могли би на сајту да пронађу решења за многе језичке недоумице.

Размена документације између сродних институција или заинтересованих појединаца путем Интернета доприноси *већој ефикасности послова и смањењу трошкова*. Рад запослених на пројектима може се остварити из више центара и са географски удаљених локација. Могуће је остварити уштеде у транспорту, као и у канцеларијском материјалу.

Све што смо навели представља важне разлоге због којих Институт за српски језик САНУ треба да има своју презентацију на Интернету.

СПЕЦИФИЧНОСТИ ИНСТИТУТА ЗА СРПСКИ ЈЕЗИК САНУ КАО УСТАНОВЕ: МИСИЈА ИНСТИТУТА, ЦИЉ, СТРАТЕГИЈА И ТАКТИКА WEB ПРЕЗЕНТАЦИЈЕ

Понешто о Институту као научној установи већ је напред речено. На овом месту бисмо истакли *мисију Института* која је ретко експлицитно исказана, јер је свима добро позната. То је:

Израда Речника српскохрватског књижевног и народног језика САНУ, Етимолошког речника српског језика, Јеванђељског речника српске редакције и других речника тога типа, као и израда Српског дијалекатског атласа и речника. Ови пројекти су од изузетног значаја за домаћу и међународну науку, као и за националну културу. Рад на њима је у служби очувања, неговања и развијања српског језика као трајног и општенационалног добра.

Овако изражена мисија треба да има своје истакнуто место на насловној страни Web презентације предузећа. Приликом дизајнирања сајта мисија би требало да има централно место како би била одмах уочљива. На тај начин се свима предочава какву улогу у друштву треба да има Институт за српски језик.

Један од разлога пројектовања Web презентације јесте и укључивање Института у Е-commerce. Продаја књига преко Интернета веома је популарна у иностранству (види www.amazon.com). Према подацима из анализе Iconocast, продаја књига је крајем деведесетих година 20. века износила 15–20% од целокупне продаје производа путем Интернета. Могућности које пружа Интернет не би биле у овом случају у потпуности искоришћене, јер се делатност Института не заснива само на продаји сопствених издања.

Корисници Института лоцирани су углавном на подручју Србије, а мање на светском тржишту. Због тога је — са аспекта пројектовања сајта — незахвално правити Web презентацију, јер се унапред не очекује његова велика посећеност.

Претходно је важно дефинисати циљ који Web презентација мора да испуни. Од презентације се очекује:

- да упозна домаћу и светску јавност, као и потенцијалне пословне partnere, са радом Института;
- да олакша сарадњу и контакте са сродним стручним и научним институцијама;
- да олакша корисницима прибављање информација које су у домену језика и језичке културе;
- да врши едукацију становништва, а посебно младих, у домену правилне употребе језика.

На основу овако дефинисаних циљева препоручује се следећа стратегија Web презентације:

- Координирано деловање свих сарадника на пројектима Института, као и информатичко образовање запослених. Важно је да се ресурси целе установе укључе у структуру електронског пословања.
- Сарадња са сродним стручним и научним установама. Едукативни садржај сајта је битан да би се створила што већа база потенцијалних корисника резултата рада Института.

Да би се циљеви остварили, препоручује се следећа тактика:

- Објављивање информација које су од интереса за Институт, као и постављање интервјуа на сајт (нпр. интервју председника Управног одбора Института, директора Института, председника Научног већа Института, као и других појединаца који су надлежни за давање одређених података и образлагање новости у вези са делатношћу Института, а у духу мисије ове установе).
- Постављање на сајт годишњих извештаја о раду Института. Ово се већ примењује у свету као вид информисања акционара или инвеститора, којима може представљати извесан подстицај за улагања.
- Омогућавање електронског пословања путем Web сајта. Издања Института могу се продавати и путем Интернета. Могућност електронског плаћања у овом тренутку не постоји, али у будућности треба предвидети и ову опцију.
- Предвидети на сајту линкове који би били од користи посетиоцима Web презентације (сродни институти, катедре за српски језик код нас и у свету и др.).
- Предвидети и рубрику FAQ,¹ у којој ће корисници моћи да нађу одговоре на најчешћа питања у вези са употребом језика.

¹ FAQ= Frequently Asked Questions (најчешће постављена питања) је једна од обавезних рубрика на Интернету, у којој посетиоци Web презентације могу пронаћи неке опште информације.

Треба предвидети још и представљање установе посетиоцима сајта (уобичајена форма — рубрика about us), могућност контакта путем електронске поште, а такође и постављање на сајт списка са бројевима телефона свих особа које су значајне за кориснике.

О ЦИЉНИМ ГРУПАМА НАВЕДЕНОГ WEB САЈТА

У овој фази, када сајт још није реализован, можемо само предвидети које ће групе посетилаца посећивати презентацију. Због тога, а да бисмо привукли што више посетилаца, садржај сајта мора бити сачињен и прилагођен тако да свака циљна група нађе понешто важно и интересантно за себе.

Може се рећи да основну циљну групу представљају *домаћа и страни научна и стручна јавност, колеге из земље и иностранства (лектори, наставници српског језика), као и Срби из дијаспоре*.

Следећа циљна група су *зайослени и сарадници Института*. Интернет пружа могућност за комуникацију и из удаљених места, па се на тај начин олакшава размена информација са колегама изван Београда.

Могући посетиоци Web сајта су *ђаци и студенти*. Њих највише интересују питања правилне употребе матерњег језика, а због постизања бољих резултата на писменим вежбама, пријемним испитима и испитима на факултету. Посебна пажња треба да буде посвећена рубрици о језичким недоумицама, као и указивању на свакодневне језичке грешке у разговорном језику и медијима. У вези са овом категоријом посетилаца Web сајта треба подсетити на следеће: комуникација путем Интернета изузетно је популарна код млађих генерација.

Још једну, веома важну циљну групу чине *новинари*. На сајту би требало да пронађу информације које су у вези, пре свега, са стратегијом рада Института.

Интересантну циљну групу за Институт представљају свакако и *кујци институтских издања*, па је у том смислу потребно предвидети електронско пословање Института.

Web презентација би требало да буде сачињена тако да свака циљна група може себе лако да препозна и да без тешкоћа дође до информација које су јој потребне.

ЛИНКОВИ

Уобичајена је појава да се кориснику олакша напуштање сајта тако што ће му се препоручити одређени број линкова на Интернету. Они треба да му омогуће да на њима потражи оне информације које не може наћи на сајту Института. Ти линкови могу бити домаћи и страни. Што се тиче домаћих линкова, могу бити интересантни и сајтови појединих министарстава, високошколских установа, културних центара и слично. Када је реч о страним линковима, поред линкова на стране лингвистичке институте (нпр. www.ihj.hr, www.ibl.bas.bg), инте-

ресантна могу бити и удружења која се баве лингвистичким темама и питањима.

О ГРАФИЧКОМ ДИЗАЈНИРАЊУ САЈТА

Основно правило при графичком дизајнирању сајта је да он буде тако конципиран и реализован да посетилац не чека предуго на Интернету његово појављивање. Просечан посетилац углавном чека неколико секунди док се не појави Нотерpage, а уколико се то не деси, он одустаје и највероватније одлази на неки други сајт. Због тога *није прејоручљиво постављање мноштва слика на Web презентацију Инстиишута*. Иако то лепо и ефектно делује, слике могу само да успоре учитавање због наведених разлога и лоших телефонских веза у нашој земљи. На тај начин може се постићи контраефекат — биће смањена посета Web презентацији.

Однедавно Институт има и *лого* који се поставља на сва документа и издања установе. То је препознатљив симбол који се мора користити приликом израде Web презентације.

Сајт мора бити упечатљив, али са ненападним колором, који би требало да одражава важну улогу Института за српски језик, те изузетан друштвени значај САНУ — као његовог оснивача.

FAQ И КЊИГА УТИСАКА

Да би се остварила добра комуникација између Института и посетилаца презентације, може се користити књига утисака у коју ће се они уписивати, стављати одређене примедбе и давати сугестије. Анализирањем тих коментара може се побољшати рад Института. То, наравно, подразумева и благовремено одговарање на постављена питања (у року од једног дана).

Пошто се очекује да ће се многа питања која постављају корисници понављати, те да би се избегла непотребна преписка, пожељно би било поставити на Web сајт рубрику која ће садржати најчешће постављана питања и исцрпне одговоре. Ова је рубрика у свету позната под називом *frequently asked questions* или *FAQ*.

Сва та, најчешће постављана питања могу се разврстати према циљним групама којима је сајт намењен. На тај начин посетилац ће имати утисак као да су одговори на та питања писани управо за њега. Тиме се постиже већа присност, а корисник стиче осећај да неко брине о њему и његовим интересовањима.

Књига утисака има за циљ да се отклоне конкретни недостаци у раду Института. Требало би понудити посетиоцима презентације теме за разговор, које би их могле заинтриговати да пошаљу електронско писмо.

КОРИСНЕ БАЗЕ ПОДАТАКА И МОГУЋНОСТ ЕЛЕКТРОНСКОГ ПОСЛОВАЊА ИНСТИТУТА

Резултат рада на пројектима Института представљају речници и реномирани часописи и публикације. Продаја се може унапредити уколико се предвиди могућност електронског пословања и продаје институтских издања путем Интернета. Ово је нарочито интересантно за пласман речника у иностранству.

Нажалост, електронско плаћање још није заживело у домаћим условима. Продаја институтских издања преко Интернета може се у овом тренутку реализовати само off-line путем. Ипак, први поменути начин плаћања треба имати у виду и у том смислу предвидети на Web презентацији могућност уписивања у базу података преко наруџбенице. Чак и ако у ближој будућности не заживи електронско плаћање, ови подаци се могу искористити у маркетиншкој анализи.

Што се тиче запослених, као посебне циљне групе посетилаца сајта, њима се може понудити више различитих база података које могу бити интересантне само одређеном, уском кругу стручњака. Овим би се омогућио и рад сарадника Института из удаљених места. У будућности се повезивање локалне рачунарске мреже Института (LAN) на Интернет може искористити за ширење круга сарадника који раде на пројектима, а који нису са територије Београда. Такође, део запослених би могао посао обављати код куће, чиме би се смањио број потребних канцеларија.

КОНТАКТИ СА СЛУЖБАМА УНУТАР ИНСТИТУТА

Да би се олакшала комуникација, саставни део сваког сајта представљају off-line контакти, за чије је успостављање изузетно важна листа са именима и функцијама одређених особа које су значајне за кориснике, са бројевима њихових телефона и бројем факса.

У циљу веће прегледности пожељно је, такође, поставити организациону шему Института на сајт, коју би пратили подаци са off-line контактима. Тиме се знатно олакшава тражење потребних информација.

Пошто на овај аспект остваривања комуникације обраћају пажњу готово сви сајтови, сматрамо да овом приликом није потребно подробије објашњавати предности ове фазе развоја Web презентације.

О ДВОЈЕЗИЧНОСТИ САЈТА

У фази глобализације, а због изласка на светско тржиште, разматра се постављање Web презентације на два или више језика. Ово је значајно због пласирања институтских издања у иностранству и због контаката са страним и међународним институцијама.

Иако постоје бројни контакти Института за српски језик САНУ са словенским и германским земљама, најбоље решење за сајт Института је да, поред српског језика — ћирилична верзија, буде заступљен

још само енглески језик. Тиме би се постигло да цена израде Web презентације буде нижа, док квалитет комуникације са странцима ни-пошто не би био умањен. Енглески језик је у домену Интернета већ достигао монополистички статус.

Од свих страница Web презентације — које би биле двојезичне — изузетак би била само страна о језичким недоумицама, која би могла бити само на српском како би се избегле могуће грешке и додатна конфузија приликом превођења.

ЗАКЉУЧАК

Овим текстом покушали смо да дамо сугестије које би требало да буду од користи ономе ко се позабави дизајнирањем Web презентације Института за српски језик САНУ. Сугестије су засноване на праћењу и прегледању Web презентација установа које се баве сличном делатношћу као и Институт за српски језик САНУ. Решења која су већ виђена у пракси унеколико су нам послужила да формирамо своје предлоге за израду институтског Web сајта.

У овом тренутку није предвиђено постављање програма који би пратио посећеност сајта и који би био од користи приликом даље маркетиншке анализе.

У којој ће мери Web презентација Института за српски језик САНУ успети да афирмише рад и повећа углед самог Института? Одговор на постављено питање зависиће од озбиљности приступа руководећег кадра овој теми, као и од вредности средстава која ће за ову сврху бити издвојена.

ЛИТЕРАТУРА

- Доц. др Драган Вукмировић, *Белешке са предавања из предмета Интернет маркетинг*, ФОН, Београд.
- Мирослав Јовановић, *Маркетиншки аспекти у пројектовању, формирању и вођењу сајта Војске Југославије*, семинарски рад, Интернет маркетинг, Београд, март 2002. године.
- Ненад Милорадовић, *Сугестије за израду Web сајта ЈКП „Београдске електране“*, семинарски рад, Интернет маркетинг, Београд, мај 2002. године.
- On-line извори: www.amazon.com, www.ihji.hr, www.ibl.bas.bg.